

Adidas Runners: el metro y otras trampas



28 de agosto de 2024 | 2 min de lectura

El domingo 25 de agosto se llevó a cabo el maratón de la Ciudad de México, uno de los eventos deportivos más importantes del país, donde miles de corredores se reunieron para completar 42.198 km de carrera. Sin embargo, esta gran fiesta se ha visto opacada por la conducta lamentable de algunos participantes que decidieron saltarse algunos kilómetros para obtener su medalla en menor tiempo. Entre algunos de ellos, se señalaron miembros del equipo Adidas Runners, que han puesto a la marca en una situación delicada.



Fue a través de Instagram y páginas de Facebook que se han evidenciado a estos corredores que aunque no marcaron todos los tramos de la carrera, lograron recoger su medalla en la meta.

¿Se puede hacer trampa?

Entre algunas de las malas prácticas de los corredores se incluyen tomar atajos o utilizar el transporte público para saltarse tramos de la ruta. Además se reportaron casos de personas que corrieron con el número de otro participante.

Adidas bajo los reflectores

La situación se torna más compleja cuando se involucra a los miembros de Adidas Runners, un equipo de corredores patrocinado por la marca deportiva. Si bien, no todos los integrantes del equipo han sido señalados de hacer trampa, la sola asociación con alguno de los corredores señalados podría tener un impacto negativo en la imagen de Adidas.

Adidas Runners: el metro y otras trampas

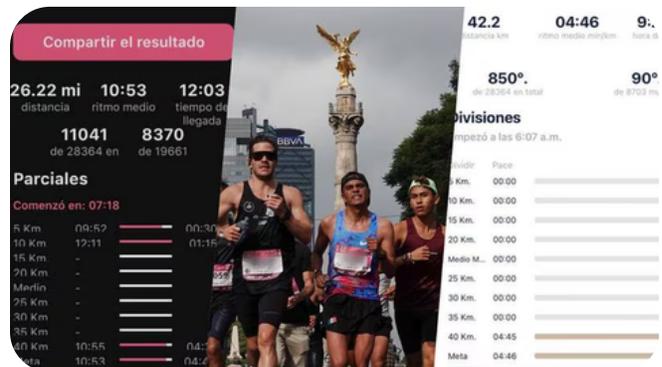
La marca se ha posicionado como una entidad que promueve el deporte y la superación personal, se ha encargado de construir una reputación y percepción de autenticidad que podría verse afectada al apoyar a deportistas que no comparten sus valores de marca.

Además, los consumidores podrían cuestionar la integridad de los equipos y los eventos deportivos patrocinados por Adidas, que se traduciría en una posible disminución de la lealtad hacia la marca, que eventualmente, si la situación no se maneja de forma adecuada, podría tener un impacto negativo en las ventas de Adidas, especialmente en productos relacionados con el running.

¿Y qué debería hacer Adidas?

Antes de hacer cualquier comunicado, Adidas deberá corroborar la veracidad de las acusaciones y tomar las medidas necesarias con los miembros del equipo involucrados en las trampas. Posteriormente, es fundamental que Adidas comunique de forma abierta y honesta la situación y las acciones que se están tomando para solucionarlo.

Y como respaldo a la marca, Adidas debe reafirmar su compromiso con el deporte, la superación personal, siempre promoviendo la ética y la deportividad en todos sus eventos y equipos patrocinados.



El maratón de la Ciudad de México ha resaltado un problema que afecta la integridad del deporte y es responsabilidad de todos los involucrados, incluyendo a las marcas, trabajar juntos para garantizar que este tipo de eventos sigan el marco del espíritu de competencia limpia y justa.

El maratón de la Ciudad de México ha resaltado un problema que afecta la integridad del deporte y es responsabilidad de todos los involucrados, incluyendo a las marcas, trabajar juntos para garantizar que este tipo de eventos sigan el marco del espíritu de competencia limpia y justa.